

**BENELUX-BUREAU VOOR DE INTELLECTUELE EIGENDOM**  
**BESLISSING inzake OPPOSITIE**  
**N° 2004537**  
**van 15 februari 2011**

**Opposant:** **TÜRKIYE GARANTI BANKASI ANONIM SIRKETI**  
Levent Nispetiye Mahallesi, Aytar Caddesi no. 2  
Istanbul  
Turkije

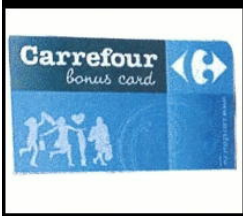
**Gemachtigde:** **Nederlandsch Octroobureau**  
J.W. Frisolaan 13  
2517 JS 's-Gravenhage  
Nederland

**Ingeroepen merk:**  (internationale inschrijving 931921)

*tegen*

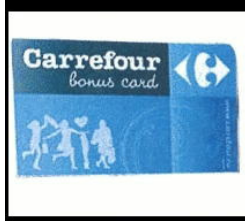
**Verweerder:** **CARREFOUR, société anonyme à conseil d'administration**  
26 Quai Michelet  
92300 Levallois-Perret  
Frankrijk

**Gemachtigde:** **Novagraaf Belgium S.A./N.V.**  
Terhulpesteenweg 187  
1170 Brussel  
België

**Betwiste merk:**  (Benelux depot 1175643)

**I. FEITEN EN PROCEDURE****A. Feiten**

1. Op 6 februari 2009 heeft verweerder een Benelux depot van het gecombineerde woord-



/beeldmerk ingediend, ter onderscheiding van diensten in de klassen 35 en 36. Dit depot is onder nummer 1175643 in behandeling genomen en gepubliceerd op 25 augustus 2009.

2. Op 23 september 2009 heeft opposant oppositie ingesteld tegen de inschrijving van dit depot. De oppositie is gebaseerd op de internationale inschrijving 931921 van het gecombineerde woord-



/beeldmerk, ingediend op 19 december 2006 en ingeschreven op 17 januari 2008, aanvankelijk voor waren en diensten in de klassen 9, 35, 36, 38 en 42. Na de inschrijving is een beperking aangebracht aan deze waren en diensten.

3. Volgens het register is de opposant daadwerkelijk de houder van het ingeroepen recht.

4. De oppositie is ingesteld tegen alle diensten van het betwiste depot en is gebaseerd op alle waren en diensten van het ingeroepen recht.

5. De gronden voor de oppositie zijn deze, neergelegd in artikel 2.14, lid 1, sub a van het Benelux-verdrag inzake de intellectuele eigendom (hierna: "BVIE").

6. De proceduretaal is het Nederlands.

**B. Verloop van de procedure**

7. De oppositie is ontvankelijk en is ter kennis gebracht van partijen op 25 september 2009.

8. Op gezamenlijk verzoek van partijen is de procedure meermaals opgeschort. De contradictoire fase van de procedure is hierdoor aangevangen op 26 maart 2010. Het Benelux-Bureau voor de Intellectuele Eigendom (hierna: "het Bureau") heeft op 8 april 2010 de mededeling van aanvang van de procedure aan partijen gezonden, waarbij aan opposant een termijn is gegeven tot en met 8 juni 2010 voor het indienen van zijn argumenten en eventuele stukken ter ondersteuning daarvan.

9. Op 21 mei 2010 heeft de opposant argumenten ingediend. Op 25 mei 2010 heeft het Bureau deze doorgestuurd naar verweerder en hem een termijn gesteld tot en met 25 juli 2010 om daarop te reageren.

10. Op 23 juli 2010 heeft verweerder gereageerd op de argumenten van opposant. Het Bureau heeft deze reactie op 3 augustus 2010 doorgestuurd naar opposant.

11. Elke partij heeft haar opmerkingen ingediend binnen de door het Bureau gestelde termijnen.

12. Het Bureau is van mening dat het over voldoende gegevens beschikt om over de oppositie te kunnen beslissen.

## **II. MIDDELEN VAN DE PARTIJEN**

13. De opposant dient met toepassing van artikel 2.14, lid 1, sub a BVIE een oppositie bij het Bureau in, overeenkomstig de bepalingen van artikel 2.3, sub b BVIE: verwarringsgevaar omwille van de overeenstemming of identiteit van de betrokken tekens en van de (soort)gelijkheid van de waren of diensten in kwestie.

### **A. Argumenten van opposant**

14. Volgens opposant springt het beeldelement bij het ingeroepen recht weinig in het oog en is het daarom bij de visuele vergelijking niet relevant. Evenmin acht hij de grafische elementen bij het betwiste teken erg relevant; deze zullen voornamelijk worden gezien als versieringselementen. Bovendien maakt het eerste, volgens opposant meest in het oog springende, deel van het ingeroepen recht integraal deel uit van het betwiste teken. Om die redenen meent opposant dat de tekens visueel sterk overeenstemmen.

15. Auditief moet volgens opposant een vergelijking worden gemaakt tussen de meest in het oog springende woordelementen. Het eerste en dus het meest in het oog springende deel van het ingeroepen recht, BONUS, maakt integraal deel uit van het betwiste teken, zodat opposant concludeert dat de tekens ook auditief sterk overeenstemmen.

16. Het woord BONUS heeft verschillende betekenissen, waaronder "iets dat men extra krijgt". Aangezien dit woord zowel in het merk als in het teken het dominante element is, is er volgens opposant sprake van begripsmatige overeenstemming.

17. Opposant stelt vast dat het merendeel van de diensten *expressis verbis* voorkomt in beide dienstenlijsten, zodat deze identiek zijn. Andere omschrijvingen van de diensten acht hij zeer sterk soortgelijk. Opposant concludeert hieruit dat de diensten van beide tekens gericht zijn op hetzelfde doelpubliek.

18. Om bovengenoemde redenen is er volgens opposant sprake van gevaar voor verwarring en verzoekt hij het Bureau de oppositie geheel toe te wijzen en het betwiste teken niet in te schrijven.

### **B. Reactie van verweerder**

19. Verweerder brengt vooreerst onder de aandacht dat de waren- en dienstenlijst van het ingeroepen recht in de Benelux sterk werd ingeperkt, namelijk door volledige schrapping van klasse 38 en een gedeeltelijke doorhaling van de klassen 9 en 35. Door deze beperking komt verweerder tot een

totaal ander beeld ten aanzien van de soortgelijkheid van de waren en diensten. Samenvattend stelt hij dat de diensten *reclame- en promotionele diensten, verkoopdiensten (e-commerce, bemiddeling van aankoop en verkoop voor hypermarkten en supermarkten, detailhandelsdiensten)* in klasse 35 van het betwiste teken geschrapd werden uit het ingeroepen recht en dat dit laatste niet beschermd is voor de dienst *het verstrekken van klantenkaarten (uitgifte van bonus-, korting- en spaarkaarten)* in klasse 36. Verweerder voegt daaraan toe dat hij geen enkele overeenstemming ziet tussen de waren en diensten in de klassen 9 en 42 van het ingeroepen recht en de diensten van het betwiste teken en besluit dat slechts een zeer beperkt aantal diensten soortgelijk is.

20. Wat de visuele vergelijking van de tekens aangaat, wijst verweerder erop dat het ingeroepen recht is samengesteld uit een zeer opvallende kleurencombinatie en daarnaast nog een afbeelding van een oranje/rode kerstbal bevat. De onderscheidende kracht van het merk ligt volgens verweerder in deze combinatie, aangezien aan het verwijzende BONUSNET merkenrechtelijk weinig waarde toekomt. Het betwiste teken is volgens verweerder eerder complex, namelijk bestaande uit de afbeelding van een plastic kaart in verschillende tinten blauw, met daarop het hoofdmerk van verweerder, namelijk CARREFOUR in een typisch lettertype, verder de C als verweerdens logo, een afbeelding van bewegende mensen en de termen BONUS CARD. Van al deze elementen acht verweerder de term CARREFOUR en het logo C het meest opvallend, gelet op hun afmetingen. Op basis van dit alles besluit verweerder dat de tekens vanuit visueel oogpunt totaal verschillen.

21. Aangezien de consument op auditief vlak in beginsel meer belang zal hechten aan het eerste deel van een merk – zoals ook door opposant gesteld – meent verweerder dat de te vergelijken elementen BONUS en CARREFOUR zijn. Het ingeroepen merk bestaat volgens verweerder uit drie lettergrepen, terwijl het betwiste teken naargelang de taal uit vijf of zes lettergrepen bestaat (aangezien CARREFOUR in het Frans in twee lettergrepen wordt uitgesproken). Op auditief vlak ziet verweerder dan ook een duidelijk verschil zowel qua compositie, klankbeeld als lengte, waaruit hij concludeert dat de tekens op dit vlak totaal verschillen.

22. Begripsmatig betekent BONUS volgens verweerder “een extra beloning, gratificatie”. NET heeft verschillende betekenissen in het Nederlands, onder meer “precies, juist”, maar in België wordt het ook vaak gebruikt als afkorting van “netto” (naar analogie van het Franse *net*, zo licht verweerder toe). Het ingeroepen recht kan dus begrepen worden als “een gratificatie die men volledig krijgt”, aldus nog verweerder. Het betwiste teken bestaat uit de dominante aanduiding CARREFOUR, Frans voor “kruispunt”, en tevens het naar zijn zeggen zeer gekende merk voor de super- en hypermarkten van verweerder. BONUS CARD is Engels voor “gratificatiekaart”. Verweerder besluit hieruit dat voor het publiek de merken verwijzen naar verschillende begrippen en bijgevolg volledig verschillen.

23. Verweerder acht het aandachtsniveau van de gemiddelde consumenten ten aanzien van het merendeel van de betrokken waren en diensten hoog en meent dat het publiek zijn aandacht zal richten op herkenningpunten, zoals de naam van de winkelketen in kwestie.

24. Op grond van het bovenstaande concludeert verweerder dat er geen sprake kan zijn van gevaar voor verwarring en verzoekt hij het Bureau de oppositie volledig af te wijzen, de registratieprocedure van het betwiste depot verder te zetten, alsook te besluiten dat opposant een bedrag van 1.000 € dient te betalen aan verweerder.

### III. **BESLISSING**

#### A. **Verwarringsgevaar**

25. Overeenkomstig artikel 2.14, lid 1 BVIE kan de deposant of houder van een ouder merk, binnen een termijn van twee maanden, te rekenen vanaf de eerste dag van de maand volgende op de publicatie van het depot, schriftelijk oppositie instellen bij het Bureau tegen een merk dat in rangorde na het zijne komt, overeenkomstig de bepalingen in artikel 2.3, sub a en b BVIE of dat verwarring kan stichten met zijn algemeen bekende merk in de zin van artikel 6bis van het Verdrag van Parijs.

26. Artikel 2.3, sub a en b BVIE bepaalt: "Bij de beoordeling van de rangorde van het depot wordt rekening gehouden met de op het tijdstip van het depot bestaande en ten tijde van het geding gehandhaafde rechten op: a. gelijke, voor dezelfde waren of diensten gedeponeerde merken; b. gelijke of overeenstemmende, voor dezelfde of soortgelijke waren of diensten gedeponeerde merken, indien bij het publiek verwarring, inhoudende de mogelijkheid van associatie met het oudere merk, kan ontstaan."

27. Volgens vaste rechtspraak over de uitlegging van Richtlijn 2008/95/EG van het Europees Parlement en de Raad van 22 oktober 2008 betreffende de aanpassing van het merkenrecht der lidstaten (hierna: "Richtlijn") dient het gevaar voor verwarring bij het publiek, dat wordt gedefinieerd als het gevaar dat het publiek kan menen dat de betrokken waren of diensten van dezelfde onderneming of, in voorkomend geval, van economisch verbonden ondernemingen afkomstig zijn, globaal te worden beoordeeld, met inachtneming van alle relevante omstandigheden van het concrete geval (HvJEU, Canon, C-39/97, 29 september 1998, Lloyd, C-342/97, 22 juni 1999; BenGH, Brouwerij Haacht/Grandes Sources belges, A 98/3, 2 oktober 2000; Marca Mode/Adidas, A 98/5, 7 juni 2002; Hoge Raad der Nederlanden, Flügel-flesje, C02/133HR, 14 november 2003; Brussel, N-20060227-1, 27 februari 2006).

#### ***Vergelijking van de tekens***


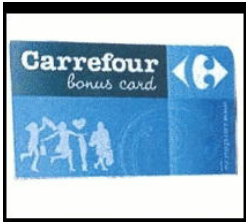
28. Uit de bewoordingen van artikel 4, lid 1, sub b van de Richtlijn (vergelijk artikel 2.3, sub b BVIE), volgens dewelke "bij het publiek verwarring kan ontstaan, inhoudende de mogelijkheid van associatie met het oudere merk", volgt dat de indruk die bij de gemiddelde consument van de betrokken soort waren of diensten achterblijft, een beslissende rol speelt in de globale beoordeling van het verwarringsgevaar. De gemiddelde consument neemt een merk gewoonlijk als een geheel waar en let niet op de verschillende details ervan (HvJEU, Sabel, C-251/95, 11 november 1997).

29. De globale beoordeling van het verwarringsgevaar dient wat de visuele, auditieve of begripsmatige gelijkennis van de tekens betreft te berusten op de totaalindruk die door de merken wordt opgeroepen, daarbij onder meer rekening houdend met hun onderscheidende en dominerende bestanddelen (arresten Sabel en Lloyd, beide reeds aangehaald).

30. De totaalindruk die een samengesteld merk bij het relevante publiek nalaat, kan door een of meerdere bestanddelen ervan worden gedomineerd (HvJEU, LIMONCHELLO, C-334/05 P, 12 juni 2007). Bij de beoordeling of een of meer bestanddelen van een samengesteld merk domineren, moet met name met de intrinsieke eigenschappen van elk van die bestanddelen rekening worden gehouden door deze te vergelijken met de eigenschappen van de andere bestanddelen. Bovendien kan eventueel worden gezien, hoe de verschillende bestanddelen in de configuratie van het samengestelde merk zich

tot elkaar verhouden (GEU, MATRATZEN, T-6/01, 23 oktober 2002; GEU, EL CHARCUTERO ARTESANO, T-242/06, 13 december 2007).

31. De te vergelijken tekens zijn de volgende:

Oppositie gebaseerd op:	Oppositie gericht tegen:
	

32. Beide tekens zijn gecombineerde woord-/beeldmerken. Het ingeroepen recht bevat één woord van acht letters, dat zich ook makkelijk als twee woorden laat lezen, te meer omdat het eerste deel in groene letters is weergegeven en het tweede in witte, en dit laatste geplaatst is in een rond beeldmotief in verschillende tinten oranje. Het betwiste teken bestaat uit meerdere woorden, namelijk CARREFOUR links bovenaan en over nagenoeg de gehele breedte van het teken en daaronder BONUS en CARD in veel kleinere letters en een handgeschreven lettertype. Alle wordelementen zijn in witte letters weergegeven, alsook het beeldelement in de rechterbovenhoek, bestaande uit een naar links wijzende pijlpunt en een naar rechtswijzende, voorzien van weerhaken. Verweerder ziet in dit logo tevens de letter C, maar het Bureau acht deze in dat geval zodanig gestileerd dat zij niet onmiddellijk zal worden waargenomen door de (niet ingewijde) consument. Verder bevat het teken in de linker benedenhoek nog een groepje spelende kinderen, althans een aantal gestileerde menselijke figuren in beweging in het lichtblauw. Ten slotte zijn al deze elementen weergegeven tegen een achtergrond van verschillende tinten blauw en in een liggende rechthoek, kennelijk voorstellende een kaartje of pasje.

33. Het publiek zal over het algemeen het beschrijvende bestanddeel van een samengesteld merk niet als het onderscheidende en dominerende bestanddeel van de door dit merk gewekte totaalindruk ervaren (GEU, Budmen, T-129/01, 3 juli 2003). Dit is in dit geval van toepassing op het identieke bestanddeel BONUS in beide tekens en op het element CARD in het betwiste teken. Een bonus is immers een gratificatie of een korting en een *bonus card* (Engels voor "bonuskaart") is een "klantenkaart die bij bepaalde winkels recht geeft op korting en andere voordelen" (Van Dale, Groot woordenboek Nederlands, 14<sup>de</sup> druk). Deze woorden zijn dus volledig beschrijvend en niet onderscheidend voor de betrokken waren en diensten.

34. Het element CARREFOUR bij het betwiste teken heeft weliswaar ook een betekenis in het Frans, namelijk "kruispunt" of, figuurlijk, "belangrijk punt waarop men voor een keuze staat" (Van Dale Groot woordenboek Frans-Nederlands, 3<sup>de</sup> druk), maar het is niet beschrijvend voor of verwijzend naar de betrokken diensten. Gelet op de positie (links bovenaan), de grootte van het lettertype en de spreiding over nagenoeg de gehele breedte van het teken, dient dit element als dominant (woord)element van dit teken te worden aangemerkt. Dit element stemt in het geheel niet overeen met (delen van) het betwiste teken. Ten slotte zij nog opgemerkt dat evenmin één van de beeldelementen van de tekens overeenstemmen.

*Conclusie*

35. Merk en teken hebben enkel het louter beschrijvende en dus niet onderscheidende element BONUS gemeenschappelijk. Het betwiste teken bevat daarnaast nog een dominant woordelement en dito beeldelementen, die geen van alle overeenstemming vertonen met het ingeroepen recht. Het Bureau komt derhalve tot de conclusie dat de tekens in hun totaalindruk niet overeenstemmend zijn.

**Vergelijking van de waren en diensten**

36. Om redenen van proceseconomie laat het Bureau de vergelijking van de waren en diensten achterwege. Deze kan niet meer van invloed zijn op de te nemen beslissing. Ook al zouden de waren en diensten identiek zijn, er kan geen verwarringsgevaar zijn als merk en teken niet overeenstemmen. Ten behoeve van de leesbaarheid en de vaststelling van de draagwijdte van deze oppositie worden hieronder toch de waren en diensten in kwestie vermeld, met inachtneming van de beperking na inschrijving van het ingeroepen recht, die verweerder terecht heeft opgemerkt.

<b>Oppositie gebaseerd op:</b>	<b>Oppositie ingesteld tegen:</b>
Classe 9 Matériel de laboratoire; éprouvettes, tubes de mesure; fours pour expériences en laboratoire, mobilier spécial de laboratoire; panneaux publicitaires lumineux, tableaux d'affichage, tableaux d'information électriques; tous types d'appareils photographiques, parties et garnitures d'appareils photographiques, appareils d'agrandissement (photographie); films (cinématographie et photographie), radiographies; dispositifs électriques d'allumage à distance; compteurs; compteurs électriques et d'eau, gazomètres, pompes à essence pour stations-service, parcmètres, minuteurs, sabliers; cartes magnétiques et électroniques; cartes téléphoniques, cartes bancaires, cartes automatiques d'ouverture et de fermeture de portes, cartes électroniques pour compteurs, tickets électroniques; détecteurs, appareils roentgen, à usage non médical, appareils de radiographie à usage non médical, appareils de radiologie à usage industriel; instruments de sauvetage et de protection; gilets de sauvetage, bouées de sauvetage, gilets de natation, masques respiratoires, combinaisons de plongée, masques de plongée, harnais de sécurité, filets de sécurité, casques, lunettes, gants et vêtements de protection; sifflets et lanternes de signalisation, bouées de signalisation; lunettes; lunettes de soleil, verres d'optique, étuis de lunettes et de lentilles, parties et garnitures des articles précités; fiches d'alimentation, prises de courant, boîtes de jonction, commutateurs électriques, disjoncteurs, joncteurs, fusibles, ballasts, démarreurs, tableaux électriques, dispositifs de commande pour ascenseurs, pince-nez pour plongeurs et nageurs, conduites, chemins de câbles, boutons, résistances électriques, connecteurs (électriques), appareils et instruments de conduite, de distribution, de transformation, d'accumulation, de réglage ou de commande du courant électrique; adaptateurs, chargeurs; sonnettes de portes électriques, alarmes (autres qu'alarmes d'automobiles); sirènes; dispositifs d'alimentation;	

<p>accumulateurs, piles solaires, piles, dispositifs d'alimentation continue; indicateurs de véhicules; indicateurs de vitesse, de niveau d'huile, de niveau de carburant, de chaleur, tachymètres, taximètres; dispositifs d'équilibrage; triangles de signalisation pour véhicules en panne, panneaux de signalisation routière (lumineux ou mécaniques), matériel électrique ou mécanique de signalisation routière, dispositifs de commande pour carrefours, feux clignotants; instruments d'extinction des incendies, extincteurs; appareils de soudage électriques; fers à souder, électrodes de soudage pour machine à souder par points électriques et machines à braser électriques; appareils radars, sonars, appareils de vision nocturne; conducteurs de lumière; niveaux à bulle, compteurs, mesures, plombs de fils à plomb; dosimètres; bigoudis chauffants électriques, bigoudis; ferme-porte automatiques (électriques), tourniquets automatiques, ouvre-porte et ferme-porte électriques; satellites à usage scientifique; appareils pour électrolyseurs, appareils de galvanisation; anodes, cathodes; filtres d'écrans d'ordinateur et de télévision; mécanismes de commande à distance des portes de véhicules; aimants, aimants décoratifs; bouchons d'oreille.</p>	
<p>Classe 35 Travaux de bureau; services de secrétariat, reproduction de documents, services de photocopie, services de dactylographie, traitement de textes, compilation d'informations dans des bases de données informatiques, systématisation de données dans un fichier central, services de réponse téléphonique, services d'abonnement à des journaux, location de machines et d'appareils de bureau, location de distributeurs automatiques; agences d'import-export; direction professionnelle des affaires artistiques; services d'experts en produits industriels et commerciaux, ventes aux enchères.</p>	<p>Klasse 35 Reclamediensten, commercieel-zakelijke informatiediensten en verkooppromotiediensten; promotionele activiteiten; organisatie van activiteiten voor commerciële doeleinden op het gebied van klantenbinding, te weten het verzorgen en organiseren van promotionele acties met het oog op het versterken van de klantenbinding en met het doel de cliëntèle te fideliseren en commercieel-zakelijk management ten behoeve van klantenbinding; de organisatie van tentoonstellingen of demonstraties voor commerciële of promotionele doeleinden; zakelijk bedrijfsmanagement, beheer van commerciële zaken; reclame, publiciteit; administratie met betrekking tot het online via internet aanschaffen van producten en/of diensten; detailhandel op het gebied van producten die worden aangeboden in supermarkten en hypermarkten; het voor anderen verzamelen (maar niet transporteren) van verschillende producten om het de consument mogelijk te maken op een gemakkelijke manier deze producten te bekijken, te selecteren en aan te schaffen; het verspreiden van commerciële en/of reclameboodschappen langs elektronische weg, met name via wereldwijde (internet) of privé toegankelijke (Intranet) communicatienetwerken; verhuur van advertentietijd op communicatieve media; verhuur van advertentieruimte, het verspreiden van advertentiemateriaal, publiciteit per correspondentie, te weten het verspreiden van reclamemateriaal via de post of via elektronische weg; het verspreiden van reclamemateriaal, zijnde drukwerken, catalogussen, reclamebrochures, prospectussen, folders, monsters; reproductie van advertentiedocumenten, organisatie van tentoonstellingen voor commerciële of reclaimedoeleinden, het demonstreren van producten; marketingstudies (onderzoek); bedrijfsadministratie; zakelijke bemiddeling bij de</p>



	<p>aan- en verkoop van producten voor verkoop op markten, in hypermarkten en in supermarkten, zoals multimediacproducten, informaticaproducten, audiovisuele producten, telefonie-, muziek- en fotografieproducten, drukwerken, schrijfbehoeften, boeken, producten voor artistieke culturele activiteiten, spellen en speelgoed, onderhoudsproducten, producten voor de renovatie en de decoratie van het huis (voor interieur en buiten), producten voor de tuin, voor het tuinieren en voor buitenactiviteiten, huishoudelijke producten (kleine en grote), meubilair (voor interieur en buiten), verlichtingsproducten, gerei en vaatwerk voor de huishouding of de keuken, linnen, stoffen en textielwaren, kleinijzerwaren, producten voor de doe-het-zelver, werktuigen, producten voor de auto en de fiets, kleding, schoenen, hoofddeksels, bagage-artikelen, lederwaren, voeding en drank, hygiënische en schoonheidsproducten, kinderverzorgingsartikelen, parafarmaceutica, juwelierswaren, producten voor dieren; detailhandelsdiensten op het gebied van goederen, met name goederen die worden verkocht op markten, hypermarkten en supermarkten; promotionele diensten in relatie tot de handel in alle soorten producten, met name van promotionele diensten die geleverd worden in hypermarkten, markten en supermarkten; verkoop promotie voor derden.</p>
<p>Classe 36 Services d'assurances; assurance contre les accidents, assurance sur la vie, assurance contre l'incendie, assurance maladie, assurance maritime, enquêtes en matière d'assurances; actuariat, consultation en matière d'assurances; affaires monétaires et financières; opérations bancaires, gestion financière, analyse financière, parrainage financier, informations financières, affacturage, crédit-bail, émission de cartes de crédit pour les paiements échelonnés, opérations de change; affaires immobilières, courtage de biens immobiliers, services de gérance d'immeubles; services d'expertises immobilières; estimation de monnaies antiques, estimation d'antiquités, estimation de bijoux, estimation de timbres, estimation d'objets d'art; agences en douane.</p>	<p>Klasse 36 Verzekeringen; financiële zaken; monetaire zaken, makelaardij in onroerende goederen, spaarinstellingen, telebankieren, uitgifte van reischeques en credit cards; taxaties en waardebepaling van onroerend goed, beheer van onroerende goederen, financiële diensten, financiële analyses, vorming van fondsen en/of kapitaalbeleggingen, financiële advisering, financiële evaluatiediensten op het gebied van verzekeringen, bankieren en onroerend goed; kapitaalbeleggingen; het verstrekken van klantenkaarten (uitgifte van bonus-, korting- en spaarkaarten); sponsoring.</p>
<p>Classe 42 Services de recherche et d'analyse industrielles et scientifiques; expertises (travaux d'ingénieurs); prestations de services scientifiques de recherche et de développement (pour le compte de tiers), recherches en chimie, services d'experts en exploitation minière, recherches géologiques, expertises de gisements pétrolifères, essai de matériaux et de produits, services de météorologie, services d'ingénieurs-conseils, services architecturaux, établissement de projets techniques, services de cartographie, levés de terrain et arpentage, services de paysagistes, services de planification urbaine, consultation en matière de protection de l'environnement, services d'exploration sous-marine, services de contrôle de la qualité, contrôle technique de véhicules automobiles; programmation informatique, élaboration (conception) de logiciels, maintenance de logiciels, consultation en matière d'ordinateurs, création de bases de données informatiques,</p>	

reconstitution de bases de données, correction de données informatiques, analyse de systèmes informatiques, conseils en informatique, location d'ordinateurs, location de logiciels, duplication de programmes informatiques, installation de logiciels; services de conception; recherches juridiques, gestion de droits d'auteur, conseils en propriété intellectuelle; services de conseillers en matière de marques de commerce, de brevets d'invention et de dessins industriels; services de dessinateurs d'arts graphiques, authentification d'oeuvres d'art.	
--	--

**B. Conclusie**

37. De tekens stemmen in hun totaalindruk niet overeen. Daarom is het Bureau niet meer toegekomen aan een vergelijking van de waren en diensten. Er kan immers geen sprake zijn van gevaar voor verwarring als de tekens niet ten minste in één opzicht overeenstemmen, zelfs al zouden de waren en diensten identiek zijn (zie in die zin: GEU, easyHotel, T-316/07, 22 januari 2009 en YOKANA, T-103/06, 13 april 2010).

**IV. BESLUIT**

38. De oppositie met nummer 2004537 wordt afgewezen.

39. Benelux depot 1175643 wordt ingeschreven voor alle diensten waarvoor het is aangevraagd.

40. De opposant is 1.000 euro verschuldigd aan de verweerder op grond van artikel 2.16, lid 5 BVIE juncto regel 1.32, lid 3 van het uitvoeringsreglement, aangezien de oppositie geheel wordt afgewezen. Deze beslissing vormt executoriale titel op grond van artikel 2.16, lid 5 BVIE.

Den Haag, 15 februari 2011

Willy Neys  
(rapporteur)

Saskia Smits

Diter Wuytens

Administratieve behandelaar:  
Hennie Vink-Kingma